

Концепция мерчендайзинга

Зоогалерея

Основные принципы мерчендайзинга



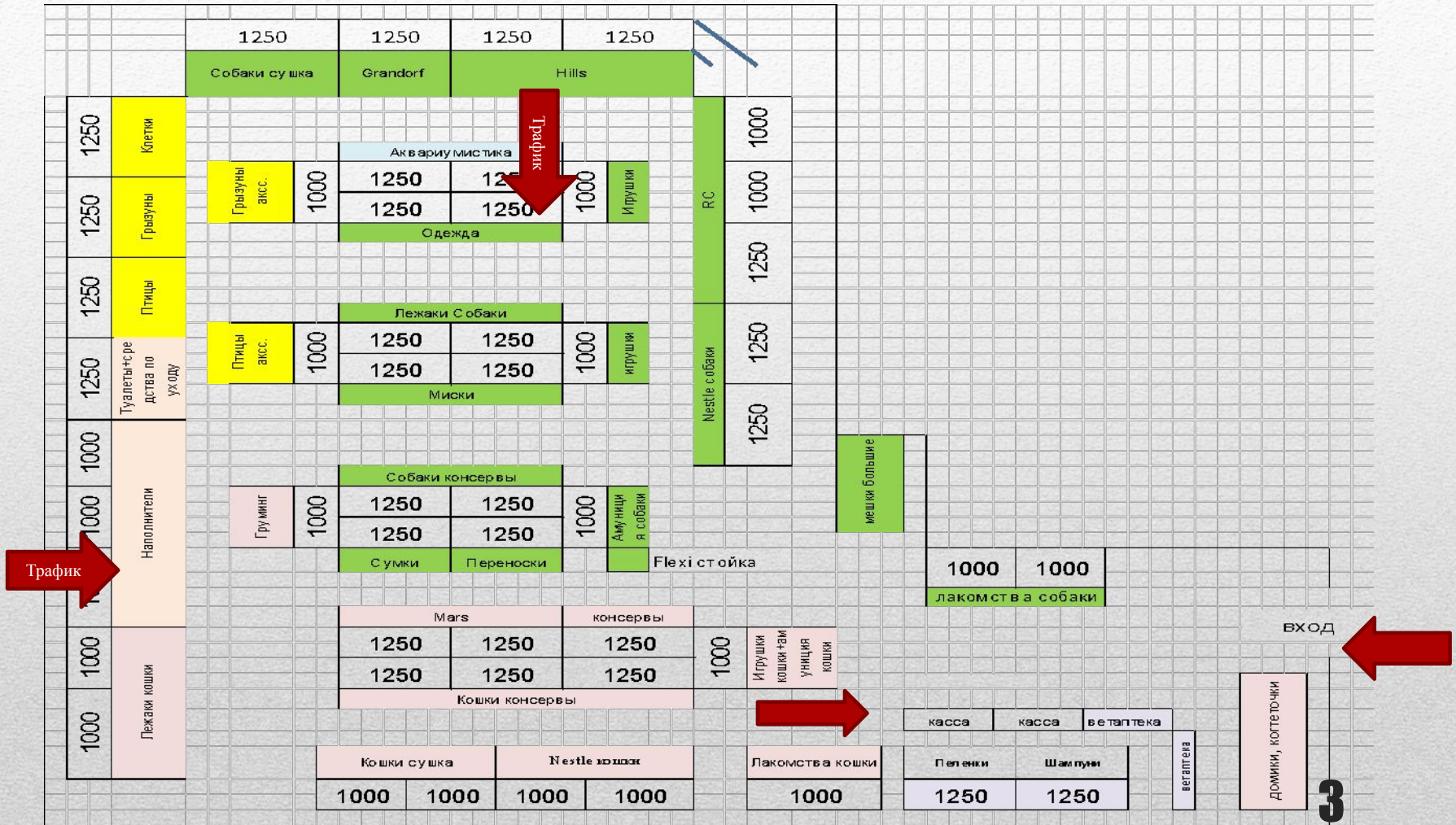
Вход

Трафик

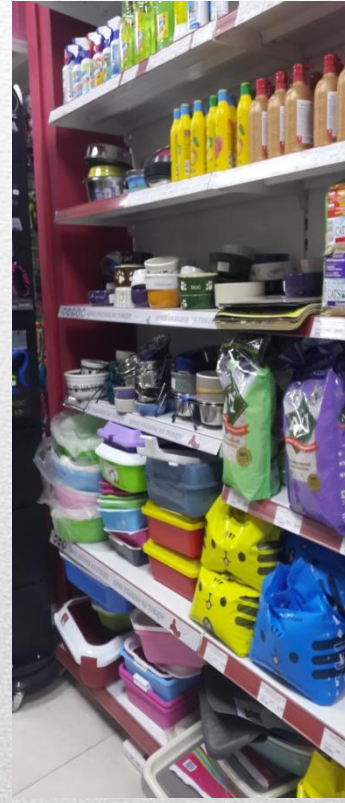
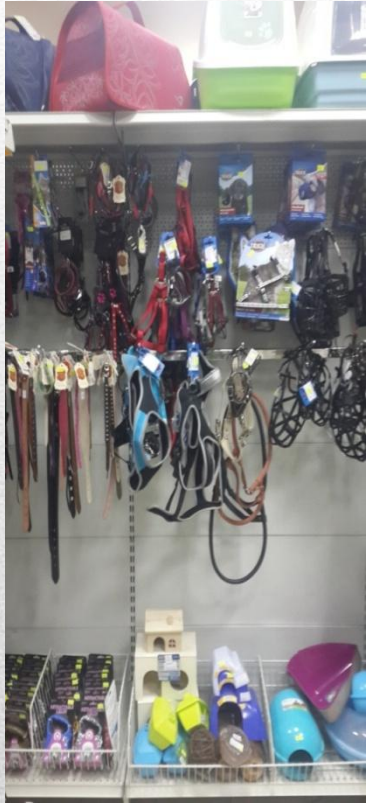
Касса

- Доля в товарообороте
- Определение направление потока
- Разделение на зоны
- Навигация
- Наличие улицы как преимущество
- Правило «Золотого треугольника»
- Товарное соседство
- Доступность товара в зоне «вытянутой руки»
- Крупный товар – на пристенок, мелкий – на остров
- Аксессуары – параллельно основному товару

Правило «Золотого треугольника»



Принцип совместимости



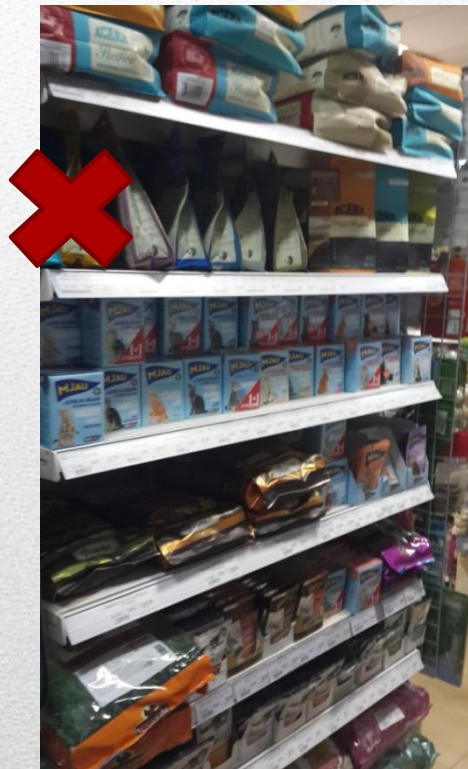
- Рядом на полке либо стеллаже должны располагаться товары, совместимые по имиджу и потреблению

Зона вытянутой руки



- Покупатель скорее всего не будет брать товар, который не может самостоятельно достать с полки

Правило «лицевой стороны»



- Снижение продаж у товара, выставленного торцевой либо боковой стороной к покупателю достигает 30%

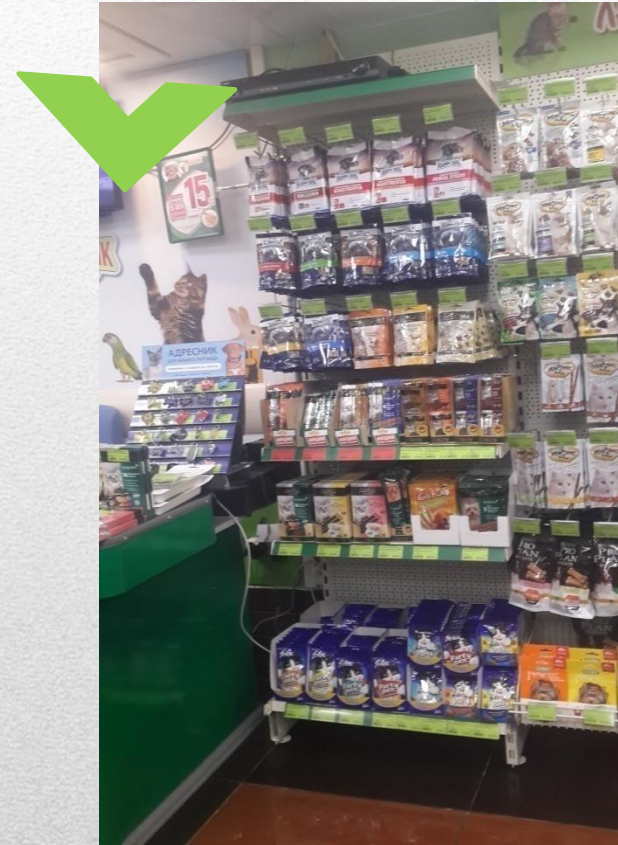
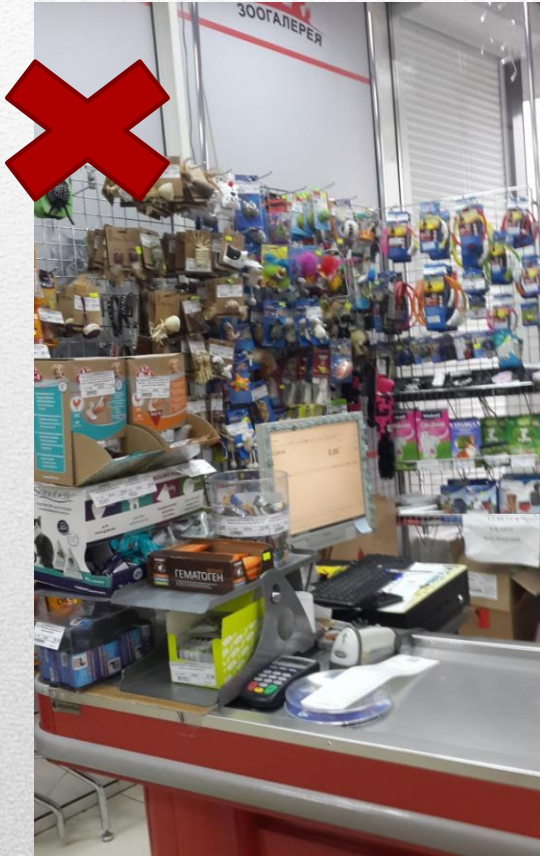
Выкладка Аксессуаров

Принципы выкладки:

- От меньшего к большему
- Материал изготовления
- Коллекции
- Цвета
- Бренды
- Вертикальные блоки

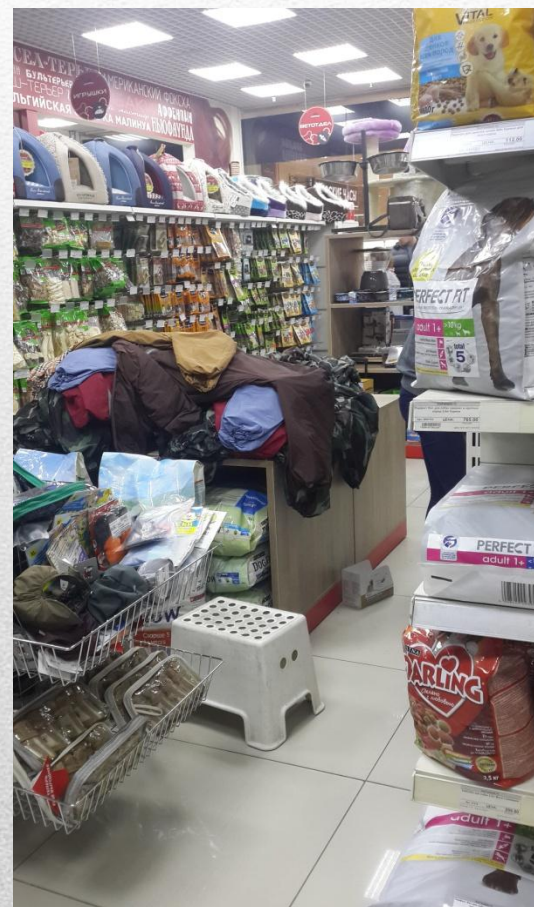


Импульсная покупка



- Товары импульсной покупки должны находится в открытом доступе прикассовой зоны

Дополнительное оборудование



Необходимое дополнительное оборудование:

- Крючки
- Дуги для Одежды
- Вешалки с прищепками для Одежды
- Широкие нижние полки для Лежаков 70см
- Для мешков в кормах нижние полки 75-77см

